

**HUBUNGAN ANTARA IKLAN DAN HARGA DENGAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG PADA WARGA RT 03/08
PERUMAHAN GRIA SERPONG ASRI DI KECAMATAN CISAUK
KABUPATEN TANGERANG**

SANDI NUR PRATAMA

8135132277



*Building
Future
Leaders*

**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA NIAGA
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2017**

***THE CORRELATION BETWEEN ADVERTISING AND PRICE WITH THE
PURCHASE DECISIONS SMARTPHONE SAMSUNG AT RT 03/08
HOUSING GRIA SERPONG ASRI ON KECAMATAN CISAUK KABUPATEN
TANGERANG***

SANDI NUR PRATAMA

8135132277



*Building
Future
Leaders*

***Thesis is Organized As One of The Requirements for Obtaining Bachelor of
Education at Faculty of Economics State University of Jakarta***

***STUDY PROGRAM OF COMMERCE EDUCATION
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2017***

ABSTRAK

SANDI NUR PRATAMA, Hubungan antara iklan dan harga dengan Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung pada warga RT 03/08 perumahan Gria Serpong Asri di Kecamatan Cisauk Kabupaten Tangerang.

Penelitian ini dilakukan di perumahan Gria Serpong Asri Kecamatan Cisauk, Kabupaten Tangerang, selama 5 bulan terhitung sejak Maret 2017 sampai dengan Juli 2017. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui hubungan antara iklan dan harga dengan keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada warga RT 03/08 di perumahan Gria Serpong Asri Kecamatan Cisauk Kabupaten Tangerang. Metode Penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan korelasional, populasi yang digunakan adalah seluruh warga di RT 03/08 perumahan Gria Serpong Asri Kecamatan Cisauk Kabupaten Tangerang yang pernah melakukan pembelian *smartphone* Samsung. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan teknik *Purposive sampling* sebanyak 117 orang. Persamaan regresi yang dihasilkan antara X_1 dan Y adalah $\hat{Y} = 40,28 + 0,6052X_1$. Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas galat taksiran regresi Y atas X_1 dengan uji *Lilliefors* menghasilkan $L_{hitung} = 0,0569$ untuk Y atas X_1 , sedangkan L_{tabel} untuk $n = 117$ pada taraf signifikan 0.05 adalah $= 0,0819$. Karena $L_{hitung} < L_{tabel}$ maka galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal. Uji Linearitas regresi menghasilkan $F_{hitung} < F_{tabel}$ yaitu $1,14 < 1,58$, sehingga dapat disimpulkan bahwa, persamaan regresi tersebut linear. Dari uji keberartian regresi menghasilkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu, $81,18 > 3,92$, sehingga dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut signifikan. Koefisien korelasi *product moment* dari *pearson* menghasilkan $r_{xy} = 0,643$ selanjutnya dilakukan uji keberartian koefisien korelasi dengan menggunakan uji t dan dihasilkan $t_{hitung} = 9,010$ dan $t_{tabel} = 1,98$ Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi $r_{xy} = 0,643$ adalah positif dan signifikan. Koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,4138 yang menunjukkan 41,38% variabel keputusan pembelian ditentukan oleh iklan. Sedangkan Persamaan regresi yang dihasilkan antara X_2 dan Y adalah $\hat{Y} = 41,25 + 0,5905X_2$. Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas galat taksiran regresi Y atas X_2 dengan uji *Lilliefors* menghasilkan $L_{hitung} = 0,0746$ untuk Y atas X_2 , sedangkan L_{tabel} untuk $n = 117$ pada taraf signifikan 0.05 adalah $= 0,0819$. Karena $L_{hitung} < L_{tabel}$ maka galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal. Uji Linearitas regresi menghasilkan $F_{hitung} < F_{tabel}$ yaitu $1,42 < 1,59$, sehingga dapat disimpulkan bahwa, persamaan regresi tersebut linear. Dari uji keberartian regresi menghasilkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu, $76,77 > 3,92$, sehingga dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut signifikan. Koefisien korelasi *product moment* dari *pearson* menghasilkan $r_{xy} = 0,633$ selanjutnya dilakukan uji keberartian koefisien korelasi dengan menggunakan uji t dan dihasilkan $t_{hitung} = 8,762$ dan $t_{tabel} = 1,98$ Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi $r_{xy} = 0,633$ adalah positif dan signifikan. Koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,4003 yang menunjukkan 40,03% variabel keputusan pembelian ditentukan oleh harga.

Kata kunci: Keputusan Pembelian, Iklan, Harga

ABSTRACT

SANDI NUR PRATAMA, *The Correlation between Advertising and Price with The Purchase Decision Smartphone Samsung on the citizens of RT 03/08 Gria Serpong Asri in Kecamatan Cisauk Kabupaten Tangerang.*

This research was conducted at Gria Serpong Asri Kecamatan Cisauk, Kabupaten Tangerang, for 5 months since March 2017 until July 2017. The purpose of this research is to know the relationship between advertising and price with purchase decision Samsung smartphone on the citizens of RT 03/08 Gria Serpong Asri in Kecamatan Cisauk Kabupaten Tangerang. The research method used was survey method with the correlation approach, population used is the entire citizens in RT 03/08 Gria Serpong Asri housing Kecamatan Cisauk Kabupaten Tangerang ever making a purchase the Samsung smartphone. Sampling technique is used with a Purposive sampling technique as much as 117 people. The resulting regression equation between X_1 and Y is $\hat{Y} = 40.28 + 0.6052X_1$. Test requirements analysis regression estimates of error normality test of Y over X_1 with Lilliefors = L_{count} generating test 0.0569 to Y over X_1 , while L_{table} for $n = 117$ at significant levels 0.05 is = 0.0819. Because $L_{count} < L_{table}$ then an error estimate regression of Y over X gaussian regression Linearity Test yield. $F_{count} < F_{table}$ is $1.14 < 1.58$, so it can be concluded that the linear regression equation of the regression produces a meaningfulness test $F_{count} > F_{table}$ is, $81.18 > 3.92$, so it can be inferred that the regression equation is significant. The correlation coefficients of pearson product moment produces $r_{xy} = 0.643$ next meaningfulness coefficient correlation test is performed using a test t and produced $t_{count} = 9.010$ $t_{table} = 1.98$ and thus, it can be concluded that the coefficient correlation $r_{xy} = 0.643$ is a positive and significant. coefficient determination of 0.4138 obtained showed 41.38% of purchase decisions variable defined by the advertising. While the resulting regression Equation between X_2 and Y is $\hat{Y} = 41.25 + 0.5905X_2$. Test requirements analysis is regression estimates of error normality test of Y over X_2 test with the Lilliefors produce $L_{count} = 0.0746$ for Y over X_2 , while the L_{table} for $n = 117$ at significant levels 0.05 is = 0.0819. Because $L_{count} < L_{table}$ then an error estimate regression of Y over X gaussian regression Linearity Test yield. $F_{count} < F_{table}$ is $1.42 < 1.59$, so it can be concluded that the linear regression equation of the regression produces a meaningfulness test $F_{count} > F_{table}$ is, $76.77 > 3.92$, so it can be inferred that the regression equation is significant. The correlation coefficients of pearson product moment produces $r_{xy} = 0.633$ next meaningfulness coefficient correlation test is performed using a test t and produced $t_{count} = 8.762$ $t_{table} = 1.98$ and thus, it can be concluded that the coefficient correlation $r_{xy} = 0.633$ is a positive and significant. Coefficient determination of 0.4003 obtained showed 40.03% variable purchase decisions is determined by the price.

Key word: *purchasing decisions, advertising, price*

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Dedi Purwana ES., M. Bus
NIP. 196712071992031001

NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN	TANGGAL
1. <u>Dr. Corry Yohana, MM</u> NIP. 195909181985032011	Ketua Penguji		28 Juli 2017
2. <u>Dra. Nurahma Hajat, M.Si</u> NIP. 195310021985032001	Penguji Ahli		28 Juli 2017
3. <u>Dra. Dientje Griandini, M.Pd</u> NIP. 195507221982102001	Sekretaris		28 Juli 2017
4. <u>Dra. Rochyati, M.Pd</u> NIP. 195404031985032002	Pembimbing I		28 Juli 2017
5. <u>Drs. Nurdin Hidayat, MM. M.Si</u> NIP. 196610302000121001	Pembimbing II		28 Juli 2017

Tanggal Lulus : 25 Juli 2017

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 25 Juli 2017

Yang membuat pernyataan



Sandi Nur Pratama

NIM. 8135132277

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Siapa yang Bersungguh-sungguh Pasti akan Berhasil (MAN JADDA
WAJADA)”

“Siapa yang Bersabar Pasti Beruntung (MAN SHABARA ZHAFIRA)”

“Siapa menapaki Jalan-NYA akan Sampai ke Tujuan (MAN SARA ALA
DARBI WASHALA)”

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Kedua orang tua saya yang selalu mendukung dan mendoakan saya serta berkorban dalam memberikan moril dan materil selama ini, juga untuk semua orang yang telah mendoakan, mendukung, membantu, dan memberi semangat kepada saya.

Semoga mereka yang memberikan doa dan dukungan selalu dalam lindungan Allah SWT.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul “Hubungan antara iklan dan harga dengan keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada warga RT 03 perumahan Gria Serpong Asri di Kecamatan Cisauk Kabupaten Tangerang”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari masih terdapat kekurangan dan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak.

Dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dra. Rochyati, M.Pd selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan banyak ilmu, arahan, dukungan, kritik, dan saran dalam penulisan skripsi ini.
2. Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si selaku dosen pembimbing II yang banyak memberikan bimbingan, saran, dukungan, semangat, waktu, dan tenaga dalam membimbing penelitian ini.
3. Dr. Corry Yohana, MM selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Niaga.
4. Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Tata Niaga yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya.
6. Seluruh warga RT 03/08 perumahan Gria Serpong Asri yang telah membantu dan meluangkan waktunya dalam penelitian ini.
7. Kedua orang tua tercinta, Ibu Mujiati dan Bapak Tugimin yang telah memberikan semangat berupa materil dan moril.
8. Teman-teman seperjuangan Pendidikan Tata Niaga 2013, yang telah bersama-sama berjuang untuk mendapatkan gelar sarjana pendidikan.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa, dalam menyusun skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini dikarenakan keterbatasan dan kemampuan peneliti. Oleh karena itu, kritik dan saran dari berbagai pihak sangat peneliti harapkan.

Jakarta, Juli 2017

Sandi Nur Pratama